

2020-2025年中国咨询策划服务行业发展趋势预测 及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国咨询策划服务行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/471109.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

策划是对品牌策划、广告策划、营销策划、地产策划等策划业务的统称，它是经济组织为了谋求自我生存的最佳环境和市场竞争的必要优势而进行的创新型或精密型的决策思维方式。策划始于20世纪90年代，兴盛于21世纪初。近年来，随着工业、消费品、饭店、房地产等行业的突飞猛进，中国本土策划企业在服务方向上有所重点、各有千秋。本报告分析的策划服务主要包括品牌策划、营销策划、广告策划、地产策划以及节庆活动策划等领域。

咨询是指帮助企业 and 企业家，通过解决管理和经营问题，鉴别、抓住新机会，强化学习并实施变革以实现企业目标的一种独立的、专业性咨询服务。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国咨询策划服务业发展综述

1.1 咨询策划服务业概述

1.1.1 核心概念与定义

1.1.2 策划行业协会简介

(1) 协会概况

(2) 协会构成

(3) 协会主要职责

1.1.3 WBSA世界商务策划师联合会简介

(1) 发展历程

(2) 中国业务

(3) 企划技术标准

1.1.4 报告研究单位介绍

1.1.5 报告研究方法概述

(1) 文献综述法

(2) 定量分析法

(3) 定性分析法

1.2 咨询策划服务业主要业务与企业类型

1.2.1 行业主要业务分析

(1) 策划业务分类

- (2) 咨询业务分类
- 1.2.2 行业内主要企业类型
 - (1) 策划公司
 - (2) 咨询公司
- 1.3 中国咨询策划服务业发展环境分析
- 1.3.1 咨询策划服务业经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济环境分析
 - (2) 国内宏观经济环境分析
 - (3) 经济环境对行业影响分析
- 1.3.2 咨询策划服务社会环境分析
 - (1) 人才环境
 - (2) 现存问题
- 1.3.3 咨询策划服务业驱动力分析
 - (1) 政府对咨询策划服务业的重视
 - (2) 企业经营环境变化助推营销策划业发展
 - (3) 中小企业众多为咨询策划业提供基础

第2章：全球咨询策划服务业发展情况分析

- 2.1 全球咨询策划服务业发展现状与前景分析
- 2.1.1 全球咨询策划行业发展概况
- 2.1.2 全球咨询策划行业规模分析
- 2.1.3 全球咨询策划市场机会分析
 - (1) 行业机会
 - (2) 地区机会
 - (3) 细分市场机会
- 2.1.4 全球咨询策划业发展前景分析
 - (1) 面临的挑战剖析
 - (2) 发展策略分析
- 2.2 全球重点区域咨询策划服务业发展情况分析
- 2.2.1 美国咨询策划业发展情况分析
 - (1) 咨询策划业发展起源
 - (2) 咨询策划业政府管理
 - (3) 咨询策划业发展规模
 - (4) 咨询策划业发展特点
- 2.2.2 德国咨询策划业发展情况分析

- (1) 咨询策划业政府管理
- (2) 咨询策划业发展速度
- 2.2.3 日本咨询策划业发展情况分析
 - (1) 咨询策划业政府管理
 - (2) 咨询策划业发展规模

第3章：中国咨询策划服务业发展模式分析

3.1 品牌策划业务与模式分析

3.1.1 品牌策划概述

3.1.2 品牌策划主要内容分析

3.1.3 品牌策划方向分析

3.1.4 品牌推广渠道分析

- (1) 电视广告
- (2) 报纸广告
- (3) 业内杂志广告
- (4) 户外广告
- (5) 网络广告

3.1.5 品牌营销策划主要内容分析

- (1) 品牌形象策划
- (2) 品牌传播策划
- (3) 综合创意策划

3.1.6 品牌策划业务主要运作模式分析

- (1) 授课培训模式
- (2) 出书销售模式
- (3) 开办/参加论坛模式
- (4) 口碑宣传模式

3.2 营销策划业务与模式分析

3.2.1 营销策划概述

- (1) 营销策划概念
- (2) 营销策划目标

3.2.2 营销策划主要内容分析

3.2.3 营销策划要素分析

3.2.4 营销策划经典战略分析

- (1) 市场领先者战略
- (2) 市场挑战者战略

- (3) 市场追随者战略
- (4) 市场补缺者战略
- 3.2.5 营销策划主要运作模式分析
 - (1) 授课培训模式
 - (2) 出书销售模式
 - (3) 名人效应模式
 - (4) 口碑宣传模式
- 3.3 地产策划业务与模式分析
 - 3.3.1 地产策划内容概述
 - 3.3.2 地产策划主要业务及特点
 - 3.3.3 地产营销策略分析
 - (1) 地产营销价格策略
 - (2) 地产营销渠道策略
 - (3) 地产营销促销策略
 - 3.4 婚礼策划业务与模式分析
 - 3.4.1 婚礼策划内容概述
 - 3.4.2 婚礼策划主要业务及特点
 - 3.4.3 婚礼策划主要模式分析

第4章：中国咨询策划服务业发展情况分析

- 4.1 中国管理咨询行业发展情况分析
 - 4.1.1 管理咨询行业主要业务分类
 - (1) 按咨询范围分类
 - (2) 按咨询内容分类
 - 4.1.2 我国管理咨询行业发展历程与现状
 - (1) 官办管理咨询业（20世纪80年代）
 - (2) 信息管理咨询业（20世纪90年代前半期）
 - (3) 专业管理咨询业（20世纪90年代后期至今）
 - 4.1.3 管理咨询行业客户群分析
 - (1) 成熟客户群分析
 - (2) 核心客户群分析
 - (3) 萌芽客户群分析
 - (4) 潜力客户群分析
 - 4.1.4 国内管理咨询行业市场格局分析
 - (1) 市场格局概况

- (2) 竞争实力分析
- (3) 品牌识别分析
- (4) 市场份额分析
- 4.2 中国地产策划代理市场发展情况分析
 - 4.2.1 中国地产策划代理发展历程
 - 4.2.2 地产策划代理百强企业概况
 - 4.2.3 地产策划代理竞争格局分析
 - 4.2.4 行业市场规模与集中度分析
 - (1) 行业市场规模分析
 - (2) 行业市场集中度分析
 - (3) 行业业务结构分析
 - 4.2.5 行业内企业扩张态势分析
 - 4.2.6 行业内企业经营情况分析
 - (1) 企业营业收入分析
 - (2) 企业策划代理项目收入分析
 - 4.2.7 行业盈利能力分析
 - 4.2.8 行业人才培养情况
 - 4.2.9 行业项目储备情况
 - 4.2.10 地产策划代理发展前景预测
 - (1) 地产策划代理行业先行指标确定
 - (2) 地产策划代理市场规模预测模型
 - (3) 地产策划代理市场规模预测分析
- 4.3 中国婚礼策划服务市场发展情况分析
 - 4.3.1 婚礼策划服务市场需求分析
 - 4.3.2 婚礼策划服务市场规模分析
 - 4.3.3 婚礼策划服务市场竞争分析
 - (1) 北京婚礼策划服务市场竞争格局
 - (2) 上海婚礼策划服务市场竞争格局
 - (3) 广州婚礼策划服务市场竞争格局
 - (4) 杭州婚礼策划服务市场竞争格局
 - (5) 成都婚礼策划服务市场竞争格局
 - 4.3.4 婚礼策划服务市场趋势分析
 - (1) 婚礼主题化
 - (2) 婚礼个性化
 - (3) 婚礼仪式化

(4) 婚礼品质化

4.3.5 婚礼策划服务市场前景分析

第5章：中国咨询策划服务业前景展望与投资建议

5.1 咨询策划服务业市场需求与前景展望

5.1.1 行业市场需求分析

(1) 行业处于快速成长期

(2) 市场需求不断扩大

5.1.2 行业市场潜力分析

(1) 市场前景广阔

(2) 不同规模企业管理咨询需求差异较大

(3) 管理咨询行业的服务质量有待提高

5.1.3 行业发展趋势与前景展望

(1) 行业发展趋势

(2) 行业发展方向

(3) 行业发展前景

5.2 咨询策划服务业投资机会与投资建议

5.2.1 行业投资机会剖析

(1) 行业投资机会概述

(2) 行业投资热点

5.2.2 行业投资建议

(1) 针对策划企业

(2) 针对管理咨询企业

第6章：管理咨询领域领先企业经营情况分析

6.1 McKinsey&Company (麦肯锡)

6.1.1 企业发展概况

6.1.2 企业主营业务分析

6.1.3 企业市场布局情况

6.1.4 企业主要客户分析

6.2 Roland Berger (罗兰·贝格国际管理咨询公司)

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 企业主营业务分析

6.2.3 企业市场布局情况

6.2.4 企业研究成果分析

6.3 Boston Consulting Group (波士顿咨询公司)

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 企业主营业务分析

6.3.3 企业市场布局情况

6.3.4 企业主要客户分析

6.4 General Consulting International (通用咨询有限公司)

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 企业主营业务分析

6.4.3 企业市场布局情况

6.4.4 企业主要客户分析

6.5 Bain&Company (贝恩咨询)

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 企业主营业务分析

6.5.3 企业市场布局情况

6.5.4 企业主要客户分析

6.6 北京北大纵横管理咨询有限责任公司

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 企业主营业务分析

6.6.3 企业研究成果分析

6.6.4 企业发展模式分析

6.7 北京正略钧策管理顾问有限公司

6.7.1 企业发展概况

6.7.2 企业主营业务分析

6.7.3 企业组织架构分析

6.7.4 企业主要客户分析

6.8 北京和君咨询有限公司

6.8.1 企业发展概况

6.8.2 企业主营业务分析

6.8.3 企业组织架构分析

6.8.4 企业发展模式分析

6.9 管理咨询类企业分析总结

6.9.1 组织特点——合伙人制

6.9.2 知识管理是占领市场的制高点

6.9.3 口碑和权威形象是该类公司营销模式的基本特征

6.9.4 重点集中的经营理念

6.9.5 案例积累是企业竞争力的重要支撑

第7章：品牌与营销策划领域领先企业经营情况分析

7.1 广州市壹串通文化传播有限公司

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 企业经营情况分析

7.1.3 企业经营优劣势分析

7.2 广州中泽品略企业管理咨询有限公司

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 企业经营情况分析

7.2.3 企业经营优劣势分析

7.3 广州无相营销策划有限公司

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 企业经营情况分析

7.3.3 企业经营优劣势分析

7.4 广州市里程碑顾问有限公司

7.4.1 企业发展简况分析

7.4.2 企业经营情况分析

7.4.3 企业经营优劣势分析

7.5 深圳市优势智业企业管理顾问有限公司

7.5.1 企业发展简况分析

7.5.2 企业经营情况分析

7.5.3 企业经营优劣势分析

7.6 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司

7.6.1 企业发展简况分析

7.6.2 企业经营情况分析

7.6.3 企业经营优劣势分析

第8章：地产策划代理领域领先企业经营情况分析

8.1 深圳世联地产顾问股份有限公司

8.1.1 企业发展简况分析

8.1.2 企业经营情况分析

8.1.3 企业经营优劣势分析

8.2 易居（中国）控股有限公司

8.2.1 企业发展简况分析

8.2.2 企业经营情况分析

8.2.3 企业经营优劣势分析

8.3 同策房产咨询股份有限公司

8.3.1 企业发展简况分析

8.3.2 企业经营情况分析

8.3.3 企业经营优劣势分析

8.4 合富辉煌集团控股有限公司

8.4.1 企业发展简况分析

8.4.2 企业经营情况分析

8.4.3 企业经营优劣势分析

8.5 博思堂地产综合服务股份有限公司

8.5.1 企业发展简况分析

8.5.2 企业经营情况分析

8.5.3 企业经营优劣势分析

8.6 上海新聚仁物业咨询有限公司

8.6.1 企业发展简况分析

8.6.2 企业经营情况分析

8.6.3 企业经营优劣势分析

第9章：婚礼策划服务领域领先企业经营情况分析

9.1 北京经典时光婚庆有限公司

9.1.1 企业发展简况分析

9.1.2 企业经营情况分析

9.1.3 企业经营优劣势分析

9.2 美薇亭（北京）文化发展有限公司

9.2.1 企业发展简况分析

9.2.2 企业经营情况分析

9.2.3 企业经营优劣势分析

9.3 上海花嫁喜铺婚礼服务有限公司

9.3.1 企业发展简况分析

9.3.2 企业经营情况分析

9.3.3 企业经营优劣势分析

9.4 天津盛典盛世礼仪策划有限公司

9.4.1 企业发展简况分析

9.4.2 企业经营情况分析

9.4.3企业经营优劣势分析

9.5 郑州牵手婚庆礼仪策划有限公司

9.5.1 企业发展简况分析

9.5.2 企业经营情况分析

9.5.3企业经营优劣势分析

9.6 南京罗曼庭文化传媒有限公司

9.6.1 企业发展简况分析

9.6.2 企业经营情况分析

9.6.3企业经营优劣势分析

图表目录：

图表 1 策划主要业务简析

图表 2 咨询主要业务简析

图表 3 中国咨询策划行业五大客户群占比图示

图表 4 中国管理咨询公司TOP50强

图表 5 房地产市场体系及房地产开发价值链

图表 6 我国房地产策划代理行业五力模型分析结论

图表 7 我国地产策划代理行业结构

图表 8 我国婚庆策划行业存在供求结构性矛盾

图表 9 2015-2019年中国婚庆策划行业市场规模情况（单位：亿元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/471109.html>